

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI DALAM MENINGKATKAN KESUKSESAN *SPARKLE ORGANIZER*

Oleh:

BARANEY NICOLAS LONDA
JOHNY SENDUK
ANTHONIUS BOHAM

Email : baraneylonda2013@yahoo.com

ABSTRACT

Introduction : Event-Organizer (EO) is the which one organizer that was develop in Manado city especially for wedding event that has own intricated and needs dilligent also professional work team to handle events. The main problem is about how to integrate idea and concept among EO and Clients. Sparkle Organizer which one Professional EO that has many experience and being a good choice for now. **Method** : this study uses symbolic interaction theory and qualitative research method **Results**: as professional head and Work-team in EO should be able to show a professionalism in work, organizer quality, and build an effective communication with clients.

Keyword : Effectiveness in interpersonal communication to increase the successful in sparkle organizer

ABSTRAK

Pendahuluan: Event-Organizer (EO) adalah salah-satu pengelola kegiatan yang berkembang pesat di kota manado terlebih khusus untuk event wedding yang memiliki kerumitan tersendiri dan memerlukan ketekunan serta tim yang profesional dalam penanganan event. Kerumitan dalam merumuskan ide dan konsep antara kedua-belah pihak yakni EO dan Client seringkali menjadi masalah utama. Sparkle organizer dengan segudang pengalaman, menjadi salah satu pilihan tepat untuk pengelola event wedding profesional di kota manado. **Metode** : penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik dan metode penelitian kualitatif **Hasil** : Komunikasi yang efektif antara kedua-belah pihak yakni EO dan Client pihak menjadi tolak-ukur kesuksesan wedding event **Saran** : sebaiknya pimpinan dan tim kerja dari Event-Organizer mampu menunjukkan profesional dalam bekerja, mengutamakan kualitas, dan membangun komunikasi yang efektif dengan client.

Kata Kunci: Efektivitas komunikasi antar pribadi dalam meningkatkan kesuksesan sparkle organizer

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Pengertian sederhana tentang *Event Organizer* adalah pengelola suatu kegiatan (Pengorganisir Acara). Setiap kegiatan yang di selenggarakan bertujuan untuk memperoleh keuntungan di kedua belah pihak, baik penyelenggara maupun yang hadir pada saat kegiatan berlangsung. Keuntungan ini tidak harus bersifat material namun juga bisa bersifat non material.

Jasa *Event Organizer* sendiri adalah jasa penyelenggaraan sebuah acara atau kegiatan yang terdiri dari serangkaian mekanisme yang sistematis dan memerlukan ketekunan, kesungguhan serta kekompakan kerja tim dimana acara tersebut dipadati dengan *deadline*, *target*, *sceduling*, *pressure* dan *teamwork solidity*.

Berdasarkan observasi awal *event-organizer* seringkali mengalami kesulitan terutama dalam mempertemukan ide atau konsep dari klien dan pihak *event-organizer*, bahkan setelah ada kesepakatan seringkali juga ada perubahan pada waktu pelaksanaan sehingga ini bisa menjadi ketidakcocokan atau kesalahpahaman antara pihak klien dan penyelenggara yang bisa mengakibatkan suasana dan susunan acara yang sudah disusun berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak akhirnya berubah.

Berdasarkan uraian tersebut maka dilakukan penelitian tentang efektivitas komunikasi interpersonal antara *Sparkle-organizer* dengan klien sangat menentukan keberhasilan suatu *event* yang akan diadakan kedua belah pihak.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pertimbangan dan pemikiran dasar diatas, maka penulis berkeinginan untuk meneliti Bagaimana efektivitas komunikasi antar pribadi dalam meningkatkan kesuksesan *Sparkle Organizer*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan arah dalam mengembangkan, menemukan, dan membuktikan suatu penelitian, berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut :

- Untuk Mengetahui Pola Komunikasi antarpribadi yang diterapkan pimpinan dengan anggota tim kerja *Sparkle Organizer*.
- Untuk Mengetahui Proses Komunikasi antara pihak *Sparkle Organizer* dan Klien.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan untuk hasil penelitian ini memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu komunikasi terlebih pada kajian komunikasi interpersonal.

2. Manfaat Praktis

Sangat diharapkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis menjadi masukan bagi pengelola *Event Organizer* terlebih khusus di Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi (dari bahasa Inggris "*communication*"), secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis* Dalam kata *communis* ini memiliki makna 'berbagi' atau 'menjadi milik bersama' yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses

penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Jadi dalam pengertian ini yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia.

Secara etimologis pengertian komunikasi adalah Komunikasi secara etimologis atau menurut asal katanya adalah dari bahasa Latin *communicatus*, dan perkataan ini bersumber pada kata *communis*. Dalam kata *communis* ini memiliki makna 'berbagi' atau 'menjadi milik bersama' yaitu suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

Jadi Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya, komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat dilakukan dengan menggunakan gerak-gerik badan, menunjukkan sikap tertentu, misalnya tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu. Cara seperti ini disebut komunikasi nonverbal.

2.2 Komunikasi Antar pribadi

2.2.1 Pengertian Komunikasi Antar pribadi

Trenholm dan Jensen (1995:26) mendefinisikan komunikasi antar pribadi sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik). Sifat komunikasi adalah: (a) spontan dan informal; (b) saling menerima *feedback* secara maksimal; (c) partisipan berperan fleksibel. Littlejohn (1999) memberikan definisi komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Agus M. Hardjana (2003:85) mengatakan, komunikasi antarpribadi adalah interaksi tatap muka antardua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Pendapat senada dikemukakan oleh Deddy Mulyana (2008:81) bahwa komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

2.2.2 Komponen-Komponen Komunikasi Antar pribadi

1. Sumber/Komunikator : Merupakan orang yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, yakni keinginan untuk membagi keadaan internal sendiri, baik yang bersifat emosional maupun informasional dengan orang lain. Kebutuhan ini dapat berupa keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial sampai pada keinginan untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku orang lain.
2. *Encoding* adalah suatu aktivitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan nonverbal, yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan. Encoding merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran kedalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaianya.
3. Pesan Merupakan hasil encoding. Pesan adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun nonverbal.
4. Saluran Merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan orang ke orang lain secara umum.

5. Penerima/Komunikas; Adalah seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan.
6. *Decoding* merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk "mentah", berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah kedalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.
7. Respon yakni apa yang telah diputuskan oleh penerima pesan untuk dijadikan sebagai sebuah tanggapan terhadap pesan. Respon dapat bersifat positif, netral, maupun negatif.
8. Gangguan (*noise*) atau barrier beraneka ragam, untuk itu harus didefinisikan dan dianalisis. Noise dapat terjadi didalam komponen-komponen manapun dari sistem komunikasi. Noise merupakan apa saja yang mengganggu atau membuat kacau penyampaian dan penerimaan pesan, termasuk yang bersifat fisik dan psikis.
9. Konteks komunikasi selalu terjadi dalam konteks tertentu, paling tidak ada tiga dimensi yaitu ruang, waktu, dan nilai. (Suranto Aw, 2011:7)

2.2.3 Tujuan Komunikasi Antar pribadi

Menurut Suranto (2011:19) komunikasi antar pribadi/interpersonal merupakan suatu action oriented, ialah suatu tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu. Tujuan komunikasi interpersonal ada bermacam-macam, yaitu: 1) Mengungkapkan perhatian kepada orang lain. 2) Menemukan diri sendiri. 3) Menemukan dunia luar. 4) Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis. 5) Mempengaruhi sikap dan tingkah laku. 6) Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu. 7) Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi. 8) Memberikan bantuan (konseling).

2.2.4 Efektivitas Komunikasi Antar pribadi

Efektivitas Komunikasi antarpribadi dimulai dengan lima kualitas umum yang dipertimbangkan yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).

- Keterbukaan (*Openness*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi antarpribadi. Pertama, komunikator interpersonal yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajaknya berinteraksi. Ini tidaklah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya. Memang ini mungkin menarik, tapi biasanya tidak membantu komunikasi.

- Empati (*Empathy*)

Henry Backrack (1976) mendefinisikan empati sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu, melalui kacamata orang lain itu.

- Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan antarpribadi yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Suatu konsep yang perumusannya dilakukan berdasarkan karya Jack Gibb.

- Sikap Positif (*Positiveness*)

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi antarpribadi dengan sedikitnya dua cara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi antar pribadi.

- Kesetaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, barangkali terjadi ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai. Lebih kaya, lebih tampan atau cantik, atau lebih atletis daripada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi antar pribadi akan lebih efektif bila suasananya setara.

2.3. Event Organizer

Pengertian Event Organizer

Penyelenggara acara adalah istilah untuk penyedia jasa profesional penyelenggara acara. Meski bisa dialihbahasakan, namun umumnya istilah aslinya tetap dipergunakan. Atau untuk mudahnya disebut EO. Pada dasarnya, tugas dari EO. adalah membantu kliennya (*client*) untuk dapat menyelenggarakan acara yang diinginkan. Bisa jadi hal ini karena keterbatasan sumber daya atau waktu yang dimiliki klien, namun penggunaan jasa EO. juga dimungkinkan dengan alasan agar penyelenggaraannya profesional sehingga hasilnya lebih bagus daripada bila dikerjakan sendiri.

2.4 Kerangka teori

- Teori Penetrasi Sosial

Secara garis besar, teori ini berasumsi bahwa seiring berjalannya waktu semakin banyak informasi yang diberitahukan partner mengenai diri mereka sendiri, semakin akrab pula hubungan dalam suatu pekerjaan. Gerald Miller menginterpretasikan komunikasi antarpribadi dalam teori penetrasi, di mana menurutnya, semakin banyak hal-hal yang diketahui oleh komunikator mengenai diri komunikan atau sebaliknya, semakin bertambah karakter antarpribadi dalam komunikasi mereka. Semakin sedikit yang mereka ketahui semakin sedikit komunikasi antarpribadi. Oleh karenanya, komunikasi interpersonal merupakan suatu proses penetrasi sosial.

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode kualitatif, artinya data yang dikumpulkan bukan berupa angka-angka, melainkan data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, catatan memo, dan dokumen resmi lainnya. Sehingga yang menjadi tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah ingin menggambarkan realita empirik di balik fenomena secara mendalam, rinci dan tuntas.

3.2 Fokus Penelitian

Dalam suatu penelitian dibutuhkan fokus penelitian agar supaya peneliti lebih terarah dan tidak meluas arah, pada penelitian ini memfokuskan pada;

- Bagaimana Pola komunikasi antar pribadi yang diterapkan pimpinan dengan anggota tim kerja.
- Bagaimana proses komunikasi antara *Sparkle Organizer* dengan klien.

3.3 Pemilihan Informan

Informan yang diambil dari *Sparkle Organizer*, informan dipilih berdasarkan karakteristik kesesuaian dengan data yang diperlukan yakni atasan 1 orang, informan karyawan 5, dengan klien 1. Informan tersebut, ditentukan dan ditetapkan tidak berdasarkan pada jumlah yang dibutuhkan, melainkan berdasarkan pertimbangan fungsi dan peran informan sesuai batas penelitian kategori subjek informan dalam penelitian ini adalah mereka yang terlibat langsung dalam proses interaksi berkomunikasi antar pribadi.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan wawancara. Wawancara yang digunakan peneliti ini sebagai pedoman untuk membantu penelitian masalah tetap berada pada jalur yang sudah dibatasi. Hasil wawancara yang digunakan merupakan data terstruktur dan semi terstruktur. Adapun juga observasi yang dilakukan dengan menggunakan observasi terstruktur atau tersamar, dimana sumber data atau tempat yang akan diobservasi mengetahui bahwa kita sedang melakukan penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Analisis yang dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uraian Hasil Penelitian

4.1.1 Pola Komunikasi Antar pribadi Yang Diterapkan Pimpinan Dengan Anggota Tim Kerja.

Tanggapan dari beberapa informan diatas dapatlah di simpulkan bahwa pola komunikasi antarpribadi yang dilakukan oleh pimpinan dan bawahan sebagai pengelola *Sparkle Organizer* adalah berusaha menciptakan pemahaman yang sama diantara pimpinan dan anggota tim yang disertai keterbukaan, kerjasama serta tanggung jawab, sehingga organisasi ini bisa berjalan dengan baik dengan memberikan mutu pelayanan yang berkualitas dan profesional.

Ternyata dalam memahami organisasi dan pola komunikasi di dalamnya, satu konsep kritis adalah arahnya seperti:

Downward Communication (komunikasi kebawah) , terutama mengkomunikasikan pesan dari yang memiliki kekuasaan kepada yang lebih sedikit kekuasaannya; merupakan model umum komunikasi dalam sebuah organisasi.

Upward Communication (komunikasi keatas) merupakan suatu kondisi yang mungkin lebih penting dari *downward communication*. Saluran *upward communication* membawa data dari pelanggan mengenai produksi pelayanan, dan segala kebutuhan yang diperlukan untuk operasi organisasi dari hari ke hari.

4.1.2 Proses komunikasi antara *Sparkle Organizer* dengan klien.

Hasil penelitian mengenai proses komunikasi antara *Sparkle Organizer* dengan Klien adalah dari pihak SO harus memposisikan tugas dan fungsi dari setiap divisi dalam memberikan pelayanan yang prima terhadap klien. Dengan mengutamakan kualitas pelayanan dan profesional dalam pekerjaan sehingga tercipta hubungan yang dinamis antar penjual jasa dan pengguna jasa.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Penelitian yang penulis lakukan adalah efektivitas komunikasi antarpribadi dalam meningkatkan kesuksesan *Sparkle Organizer*. Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat menarik kesimpulan dan saran-saran sebagai berikut :

1. Pola Komunikasi antarpribadi yang diterapkan pimpinan dengan anggota tim kerja *Sparkle Organizer* didasari pada pemahaman bersama dalam menjalankan tugas lewat penyampaian ide, gagasan, pendapat yang dituangkan dalam pertemuan internal antara pimpinan dan karyawan untuk mencapai tujuan profesional kerja dan kualitas pelayanan yang didalamnya dibarengi dengan keterbukaan dalam berkomunikasi, kerjasama yang baik antar pimpinan dan karyawan maupun antar sesama karyawan. Serta tanggung jawab dalam menjalankan pekerjaan menjadi penentu suksesnya kegiatan yang dilakukan oleh pihak *Sparkle Organizer*.
2. Proses Komunikasi antar pihak *Sparkle Organizer* dengan Klien mengacu pada pemahaman tugas dan fungsi dari pimpinan dan tim kerja *Ball room*, *Food* dan *Bverage* serta *Back-stage*. Dalam menjalankan tugas masing-masing tim menunjukkan profesional kerja dibidangnya, mengutamakan kualitas dan membangun komunikasi yang efektif dengan klien. Kemudian memberikan Pelayanan Prima. Tuntutan pekerjaan membuat tim berusaha memberikan yang terbaik mulai dari promosi, *service* sampai mencari solusi ketika terjadi *misscommunication* dengan klien bahkan pengguna jasa lainnya.

5.2. Saran

Untuk melengkapi hasil penelitian ini, peneliti mengajukan beberapa saran atau rekomendasi, yaitu :

1. Kajian penelitian tentang komunikasi antarpribadi khususnya dalam konteks organisasi bisnis lebih ditingkatkan agar bisa menambah khasanah bagi mereka

yang terlibat dalam memberikan pelayanan dibidang jasa khususnya *Event Organizer*.

2. Disarankan penelitian ini bisa diteliti lebih lanjut dari berbagai aspek dengan menggunakan pendekatan dengan pendekatan metode penelitian kuantitatif.
3. Penelitian ini kiranya bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti lanjutan dengan menggunakan pendekatan komunikasi interpersonal.

DAFTAR PUSTAKA

- Arni Muhammad, 2005. ***Komunikasi Organisasi***, BumiAksara, Jakarta.
- Deddy Mulyana, 2008. ***Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya***, Rosda, Bandung.
- Griffin, Emory A., ***A First Look at Communication Theory, 5th edition***, New York: McGraw-Hill, 2003, page 132—141
- Keith Butterick, 2013. ***Pengantar Public Relations Teori Dan Praktik***, Rajawali Pers, Jakarta.
- Sasa Djuarsa Sendjaja, dkk. 1994. ***Teori Komunikasi***. Jakarta: Pusat Penerbitan, Universitas Terbuka.
- Sasa Djuarsa Sendjaja, Ph.D., dkk, 1996. ***Pengantar Komunikasi***, Universitas Terbuka, Jakarta.
- Sugiyono, 2007. ***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D***, ALFABETA, Bandung.
- Suranto Aw, 2011. ***Komunikasi Interpersonal***, Graha Ilmu, Yogyakarta.

Sumber lainnya :

<http://yearrypanji.wordpress.com/2008/03/29/teori-penetrasi-sosial/>